

СИМАКОВА С. И.

**ТАЙМЛАЙН КАК СРЕДСТВО ВИЗУАЛИЗАЦИИ ДАННЫХ**

Аннотация: Ответом на запросы современности становится возникновение нового типа журналистской деятельности, который получил название «дата-журналистики» или «журналистики данных». В настоящий момент это интенсивно развивающееся направление, соответствующее еще одному требованию момента – тенденции к визуализации информации. Журналистика данных выработала немало интересных форматов и инструментов визуализации больших массивов информации. Один из наименее изученных – таймлайн, появившийся в десятых годах в отечественных интернет-публикациях. Однако своего серьезного комплексного научного осмысления этого феномен еще не получил. Актуальность предложенного исследования заключается в необходимости изучения одного из инструментов динамично развивающейся и сравнительно слабо изученной области масс-медиа – журналистики данных, поскольку, по мнению многих экспертов, именно за дата-журналистикой и ее форматами – будущее. Дополнительную актуальность теме придает выход таймлайна как способа презентации данных за границы медиасферы – в область педагогики, точных и гуманитарных наук, бизнес-проектов и т. п.

Ключевые слова: Дата-журналистика, журналистика данных, таймлайн, визуализация, визуальный контент, визуальная журналистика

Simakova S. I.

**TIMELINE AS A MEAN OF DATA VISUALIZATION**

Abstract: the emergence of a new type of journalism, which received the name of «data-journalism» or «data journalism», is the response to modernity. At the moment it is intensively developing in various directions, corresponding to one more requirement of the time – the trend of information visualization. Data journalism has produced many interesting formats and visualization tools for large arrays of information. One of the least studied features is the timeline that appeared in the 2010th years in the domestic online publications. However, the extensive scientific understanding of this phenomenon has not yet been received. The aim of the proposed research is to explore one of the tools for rapidly developing and relatively poorly studied area of mass media, data journalism, since, according to many experts, data journalism will be forming the future. The additional relevance of the topic gives the output of the timeline as a method of presentation of the data beyond the boundaries of the media in the area of pedagogy, sciences and humanities, business projects, etc.

Keywords: data journalism, data journalism, timeline, visualization, visual content, visual journalism

В науке о журналистике таймлайн остается практически неизученным явлением и рассматривается в немногочисленных публикациях исключительно с практической, утилитарной точки зрения. Таким образом, актуальность данной работы не вызывает сомнений. Нами предпринята попытка систематического исследования таймлайна как инструмента журналистики данных и в то же время как «продукта» реакции медиасферы на тенденцию визуализации информации.

Сегодня дата-журналистика является одним из наиболее заметных феноменов в медийном пространстве. Так, обучение основам журналистики данных ведется в ведущих университетах мира (например, в США, Великобритании и

др.). В области журналистики данных присуждаются премии (Data Journalism Awards). На рынке активно работают компании, которые специализируются в этой сфере, реализуются стартапы. Крупнейшие СМИ («Guardian», «The New York Times», «Washington Post», «Wall Street Journal» и др.) создают проекты, основанные на изучении метаданных. Интерес к этому явлению растёт и в нашей стране. Помимо активного научного интереса к журналистике данных очевиден и интерес практический. В частности, в России становятся популярными хаконы (от слов «хакер» и «марафон») по дата-журналистике, когда студенты и/или практикующие журналисты режиме реального времени на скорость создают (и в процессе учатся это делать) материалы в формате журналистики данных, чтобы побороться за звание победителя хакатона. Помимо наличия педагогического момента такие мероприятия очень важны с точки зрения популяризации журналистики больших данных в России. Словосочетание «журналистика данных» постепенно из экзотического становится часто употребляемым и модным. Обобщая целый ряд определений исследуемого нами понятия, мы предлагаем акцентировать внимание на исследовательском потенциале журналистики данных и предлагаем трактовать дата-журналистику как «формат грамотного анализа данных, еще один способ критического исследования мира и, по сути, инструмент, помогающий получить и представить общественности важные сведения, которые могли остаться не замеченными в огромных массивах информации о современной реальности» [4, с. 483].

Для материалов, созданных под маркой дата-журналистики, формой репрезентации чаще всего становится инфографика, которая способна сжимать большие массивы данных, структурировать их и представлять в максимально наглядной форме. Бесспорно, инфографический метатекст может включать в себя и фотографии, и рисунки, и символику, но, повторимся, организующей структурой для материалов в стиле журналистики данных является прежде всего инфографика. Обобщая различные определения инфографики [1; 2, с. 186; 5, с. 78], отметим, что базовыми характеристиками инфографики являются ясность, точность, лаконичность, структурированность, аналитичность, привлекательность для аудитории, социальная значимость. Кроме того, одним из наиболее важных достоинств инфографики, отмечаемых многими исследователями, является «вовлечение читателя в игру, подобную настольной, где вместо цветных фишек используется внимание читателя, некий вариант детского любопытства, желание разглядывать яркие картинки» [3, с. 55].

Визуализация современного медиапространства с каждым годом набирает обороты. Избалованного клиповой манерой подачи медиапотребителя фактически невозможно заставить читать лонгриды, содержащие данные, трудные для восприятия. В таком случае на помощь приходит инфографика с её инструментами, в числе которых таймлайн как способ рассказать историю наглядно, структурированно и динамично. Этот инструмент не нов, но с появлением интернет-коммуникации, он переживает второе рождение и по-новому осмысливается медиапрофессионалами.

Слово «таймлайн» для среднестатистического российского журналиста является модным и кажется новым. Однако таймлайны появились не вчера. Пер-

выми примерами таймлайна, выполненного на оси времени, считаются работы английского ученого Дж. Пристли (J. Priestley), который в 1765 году опубликовал «График биографии» («A Chart of Biography»), в 1769 – «Новый график истории» («A New Chart of History»), выдержавшие множество переизданий. «В этих работах визуализирована история человечества и отдельных государственных и общественных деятелей, начиная с 1200 года до н. э. и заканчивая 1750 годом н. э. Графики в виде полос отвечали лишь на один вопрос: «когда?» [2, с. 186]. Такова была точка отсчета в истории таймлайна. Сегодня же западные масс-медиа активно пользуются этим инструментом, считающимся весьма перспективным. Отечественные СМИ, накрытые волной визуализации, также проявляют интерес к таймлайну и включают его в арсенал визуальных форматов.

Таймлайн традиционно считается наиболее подходящим инструментом для визуализации истории. Действительно, исторические события и факты отлично структурирует временная шкала, превращая историю не только в хронологический процесс, но и в увлекательное путешествие. Именно поэтому таймлайны часто иллюстрируют уроки истории, становясь помощником как для преподавателя, так и для школьников или студентов. Развлекательный потенциал таймлайни активно используют и СМИ, однако этим область использования таймлайнов в масс-медиа не исчерпывается.

Появление таймлайна в средствах массовой информации наиболее вероятно в следующих случаях: необходимо отобразить исторические факты в хронологическом порядке (то, о чём мы говорили чуть выше); необходимо подготовить хронику актуальных событий; необходимо создать биографию (или её вариант, некролог); необходимо иллюстративно представить статистику.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Лайкова Я. В. Инфографика в российских СМИ: периодизация и тренды развития // Медиаскоп. 2015. Выпуск № 2. 29.04.2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/1712> (дата обращения 04.03.2017).
2. Лаптев В. В. Инфографика: основные понятия и определения // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского гос. политех. ун-та. Гуманитарные и общественные науки. 2013. № 4 (184). С. 180–187.
3. Некляев С. Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики // Вестн. Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 4. С. 53–56.
4. Симакова С. И. Дата-журналистика как медиатренд // Вестн. Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2014. № 2 (2). С. 481–484.
5. Симакова С. И. Инфографика как средство визуализации экономической информации в СМИ // Вестн. Челябинского гос. ун-та. Филология. Искусствоведение. Вып. 92. 2014. № 23 (352). С. 77–82.